

**ANALISIS DAMPAK STRATEGI INBOUND MARKETING
TERHADAP PENINGKATAN KONSUMEN SARI TEBU DI
PANGKALPINANG: PERSPEKTIF KONSUMEN**

PENELITIAN



YUSUF FIRDAUS

2077500021

**PROGRAM STUDI BISNIS DIGITAL
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
ISB ATMA LUHUR
PANGKALPINANG, BANGKA BELITUNG
2024**

LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

NIM : 2077500021

Nama : Yusuf Firdaus

Judul : Analisis Dampak Strategi Inbound Marketing Terhadap Peningkatan Konsumen Sari Tebu Di Pangkalpinang: Perspektif Konsumen

Menyatakan bahwa Laporan Tugas Akhir atau Penelitian penulis adalah hasil karya sendiri dan bukan plagiat. Apabila ternyata didalam laporan Tugas Akhir atau Skripsi peneliti terdapat unsur plagiat, maka saya siap untuk mendapatkan sanksi akademik yang terkait dengan hal tersebut.

Pangkalpinang, 29 Juli 2024

A 10,000 Rupiah Indonesian postage stamp featuring the Garuda Pancasila emblem and a signature. The stamp includes the text '10000', 'METERAI TEMPEL', and the serial number 'P9CALX215107444'.

Yusuf Firdaus

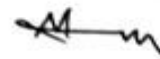
HALAMAN PENGESAHAN LAPORAN AKHIR PENELITIAN

1. Judul Penelitian : Analisis Dampak Strategi *Inbound Marketing* Terhadap Peningkatan Konsumen Sari Tebu Di Pangkalpinang: Perspektif Konsumen
2. Bidang Penelitian : Bisnis Digital
3. Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Yusuf Firdaus
 - b. Jenis Kelamin : Pria
 - c. NIM : 2077500021
 - d. Program Studi : Bisnis Digital
 - e. Alamat : Pangkalpinang
 - f. Telp/HP : -
 - g. E-mail : 2077500021@mahasiswa.atmaluhur.ac.id
4. Jumlah Anggota Peneliti : 1
5. Lokasi Penelitian : Pangkalpinang

Mengajukan
Ketua Program Studi,

(Sarwindah, S.Kom, MM)
NIDN/0212068601

Pangkalpinang, 24 Juli 2024
Yang Mengajukan,
Ketua Peneliti,



(Yusuf Firdaus)
NIM. 2077500021

Menyetujui
Dosen Pembimbing,

(Hendri, S.Kom, A.Kom)
NIDN/0207049001

LEMBAR PENGESAHAN PENELITIAN

**ANALISIS DAMPAK STRATEGI INBOUND MARKETING TERHADAP
PENINGKATAN KONSUMEN SARI TEBU DI PANGKALPINANG:**

PERSPEKTIF KONSUMEN

Yang dipersiapkan dan disusun oleh

Yusuf Firdaus

2077500021

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada Tanggal 24 Juli 2024

**Susunan Dewan Penguji
Anggota**



Lili Indah Sari, M.Kom.
NIDN. 0228128003

Ketua



Hamidah, M.Kom.
NIDN. 0210048302

Dosen Pembimbing



Hengki, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 0207049001

Kaprodi Bisnis Digital



Sarwindu, S.Kom, M.M.
NIDN. 0212068601

Skripsi ini telah diterima dan sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Bisnis
Tanggal 31 Juli 2024

DEKAN FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS



Hengki, S.Kom., M.Kom.
NIDN. 0207049001

ABSTRACT

Inbound marketing is a marketing strategy that focuses on attracting potential customers through relevant and useful content, rather than using traditional marketing methods that are intrusive such as advertising or phone calls. With this strategy, you are able to create and share quality content to attract, engage and satisfy the needs of the target audience. The impact of the inbound marketing strategy on increasing sugar cane juice consumers in Pangandaran has a positive and significant value. This research discusses the magnitude of the impact of the inbound marketing strategy on increasing sales of sugar cane juice in the city of Batang Pinang. Based on simple linear regression calculations focusing on the impact of inbound marketing on sugar cane consumption in the city of Batangpinang using the SPSS program, the following results were obtained: $Y = 2.834 + 1 Y$. All existing tests have a positive and very significant effect on increasing sugar cane juice consumers in Pangkalpinang

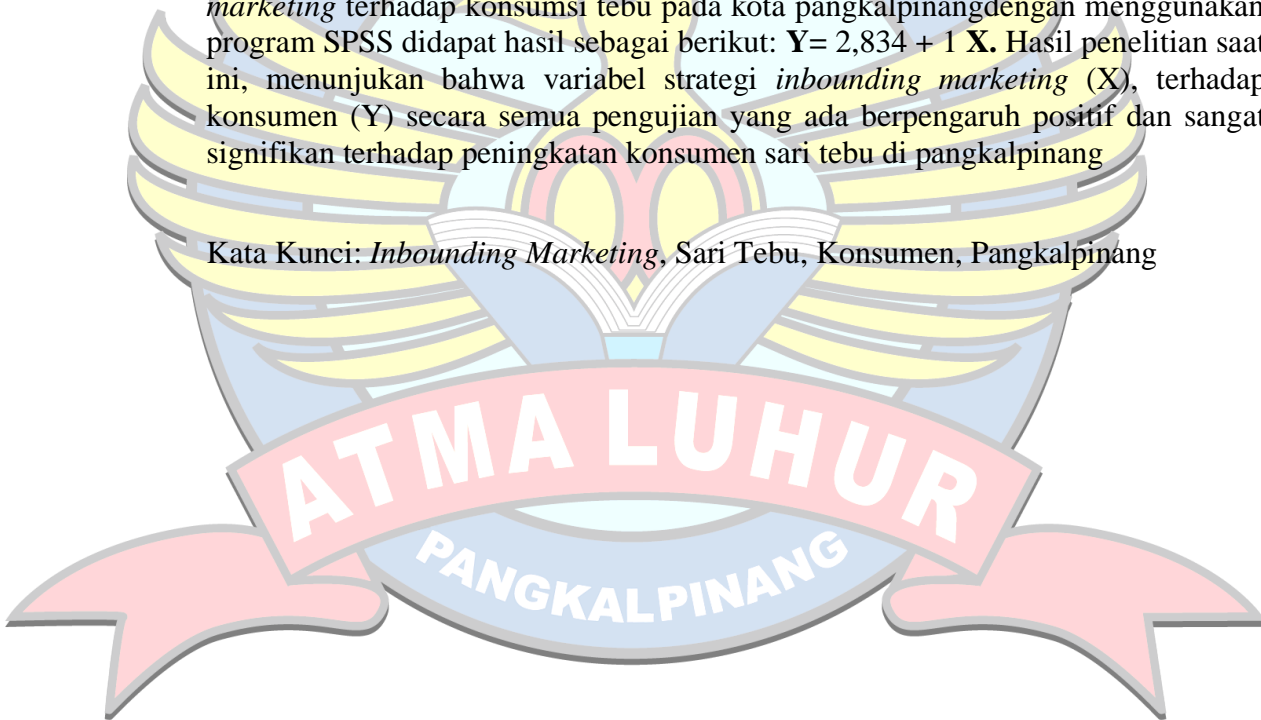
Keywords: Inbounding Marketing, Sari Tebu, Consumers, Pangkalpinang



ABSTRAK

Inbound marketing salah satu strategi pemasaran yang fokus pada menarik pelanggan potensial melalui konten yang relevan dan bermanfaat, daripada menggunakan metode pemasaran tradisional yang bersifat mengganggu seperti iklan atau panggilan telepon. Dengan strategi ini mampu menciptakan dan membagikan konten yang berkualitas untuk menarik, melibatkan, dan memuaskan kebutuhan audiens target. Dampak strategi inbound marketing terhadap peningkatan konsumen sari tebu di pangkalpinang memiliki nilai positif dan signifikan. Penelitian ini membahas besarnya dampak dari strategi inbound marketing terhadap kenaikan penjualan sari tebu di kota pangkalpinang. Berdasarkan perhitungan regresi linear sederhana pada fokus dampak *inbound marketing* terhadap konsumsi tebu pada kota pangkalpinang dengan menggunakan program SPSS didapat hasil sebagai berikut: $Y = 2,834 + 1 X$. Hasil penelitian saat ini, menunjukkan bahwa variabel strategi *inbound marketing* (X), terhadap konsumen (Y) secara semua pengujian yang ada berpengaruh positif dan sangat signifikan terhadap peningkatan konsumen sari tebu di pangkalpinang

Kata Kunci: *Inbound Marketing*, Sari Tebu, Konsumen, Pangkalpinang



DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	ii
ABSTRAK	iii
ABSTRACT.....	iv
DAFTAR ISI	v
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang.....	1
1.2. Masalah Penelitian	2
1.3. Rumusan Masalah.....	2
1.4. Tujuan Penelitian	2
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	4
2.1. <i>Inbounding Marketing</i>	4
2.2. Penelitian Kuantitatif Regresi	8
2.3. Penjualan Sari Tebu.....	11
2.4. Penelitian Terdahulu.....	12
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	14
3.1 Penelitian Kuantitatif Regresi Sederhana	14
3.2 Responden Penelitian.....	15
3.3 Jadwal Penelitian.....	17
BAB IV PEMBAHASAN.....	18
4.1 Tianjauan Umum	18
4.2 Hasil Penelitian	19
4.3 Pengujian Hipotesis.....	22
BAB V PENUTUP	24
DAFTAR PUSTAKA	27
LAMPIRAN-LAMPIRAN.....	29



